Basel, den 25. Juli 1936 XXXVI. Jahrgang / No. 30

Schweiz. Konsum-Verein

Organ des Verbandes schweiz. Konsumvereine (V.S.K.) Basel

Erscheint wöchentlich 8-16 Seiten stark. Abonnementspreis: Fr. 10.— per Jahr, Fr. 5.50 per sechs Monate, ins Ausland unter Kreuzband Fr. 20.— per Jahr.



Redaktion: Dr. WALTER RUF
Verantwortlich für Druck u. Herausgabe: Verband schweiz. Konsumvereine (V·S·K) Basel, Tellstrasse 62/64.

Inhalt:

Die Regenbogenfahne.

Das Emblem der Genossenschaft ist die Regenbogenfahne, die vom Kongress des Internationalen Genossenschaftsbundes in Basel im Jahre 1921, der ersten eigentlichen internationalen Zusammenkunft in der Nachkriegszeit, angenommen wurde. An diesem Kongress waren Vertreter aller am Weltkrieg beteiligten Staaten zugegen, miteinander verbunden durch die Bande der genossenschaftlichen Kameradschaft. Das genossenschaftliche Solidaritätsgefühl war stark, und die Notwendigkeit für ein greifbares Symbol, um diesem Gefühl Ausdruck zu verleihen, war offensichtlich. Aus dieser Notwendigkeit heraus entstand die Regenbogenfahne.

Die Regenbogenfahne symbolisiert das Verschwinden der politischen Staaten und deren Ersetzung durch eine Vereinigung der Völker.

Die Regenbogenfahne, die Standarte der Genossenschaftsbewegung, besteht aus den Grundfarben des Spektrums, in welchem die Farben aller Flaggen der ganzen Welt zu finden sind. Alle Völker sammeln sich unter der Genossenschaftsfahne, und ihre betreffenden Nationalitäten verbinden sich zu einer internationalen Bruderschaft.

Der Regenbogen ist das Symbol des Friedens. Nach einem Sturm entfaltet die Natur dieses herrliche Wahrzeichen am Himmel, es wölbt sich über alle Menschen und bringt ihnen allen ohne Unterschied seinen leuchtenden Friedensgruss. Der Regenbogen erfordert Sonnenlicht; seine Gestalt ist das Symbol der Schönheit.

Schon vor der Schöpfung des Menschen stand dieser Bogen am Himmel und wird nach dem Verschwinden des letzten Menschen von der Erdoberfläche weiterbestehen. Der Regenbogen ist das ewige Banner, das Banner der Unendlichkeit.

Diese Farbenvereinigung, diese Farbenpracht, spricht von Harmonie. Jede Farbe trägt zum Ganzen bei; es fehlt keine einzige. Und im Geiste der gegenseitigen Hilfe vereinigen sich alle und erzeugen schliesslich Weiss, das Symbol der Vollkommenheit.

Unter diesem siebenfarbigen Banner sammeln sich die Völker der ganzen Welt und marschieren vorwärts im Geiste der Bruderschaft, weg von Zwietracht, Knappheit und Finsternis, der Eintracht, dem Ueberfluss und Licht, und schliesslich der Vollkommenheit zu. Warbasse.

Die Feier des Internationalen Genossenschaftstages.

Der Internationale Genossenschaftstag wurde auch in diesem Jahre vielerorts feierlich begangen. Wie schon stets stellte auch diesmal wiederum der V. S. K. seine Hilfe in reichem Masse zur Verfügung. Ein speziell auf den Anlass hin verfasster Aufruf wurde in rund 200,000 Exemplaren an eine grosse Zahl von Verbandsvereinen und an die rund 100 Jugendherbergen unseres Landes zur Verteilung abgegeben. Verschiedene Vereine verteilten auch andere Flugblätter und aufklärende Broschüren, so namentlich die kleine Schrift «Vom schweizerischen Konsumgenossenschaftswesen» von Dr. Henry Faucherre. Die Genossenschaftlichen Volksblätter erschienen achtseitig und in einer dem Charakter des Tages angepassten besonders festlichen Aufmachung. 108 Vereine liessen das Volksblatt den sämtlichen Haushaltungen von insgesamt 402 Ortschaften zukommen, so dass alles in allem etwa 450,000 Familien, d. h. rund 90,000 mehr als gewöhnlich, das Blatt zugestellt erhielten.

Am 3. Juli hatte Herr Edmond Privat in französischer, am 4. Juli Herr Dr. Henry Faucherre in deutscher Sprache Gelegenheit, das Schweizervolk durch das Radio auf den Sinn des Gedenktages aufmerksam zu machen. Wenn man weiss, wie ängstlich die Verwaltung des schweizerischen Radiowesens bemüht ist, alles zu vermeiden, was irgendwie den Eindruck erwecken könnte, als stelle sie sich in den Dienst propagandistischer Veranstaltungen, wird man ihr Entgegenkommen besonders schätzen müssen.

Von der Verteilung von Flugschriften abgesehen beschränkten sich die Verbandsvereine im allgemeinen darauf, eigene Aufrufe, teilweise in Verbindung mit Wohn- und anderen Genossenschaften, zu erlassen, ihre Gebäude zu beflaggen, die Läden und Automobile, vielfach mit besonderer Betonung der Marke Co-op, in einer dem Sinne des Tages entsprechenden, besonderen Art zu dekorieren und vor allem den Mitgliedern, die am Internationalen Genossenschaftstag selbst oder auch an den angrenzenden Tagen die Verkaufslokale aufsuchten, besondere Vergünstigungen einzuräumen, sei es die doppelte Rückvergütung auf allen oder bestimmten Waren,

seien es spezielle Waren zu billigerem Preise, seien es schliesslich kleinere Geschenke irgendwelcher Art. Die festliche Aufmachung der Genossenschaftsgebäude und -läden und namentlich die gewährten Vergünstigungen führten an vielen Orten zu einem Massenaufmarsch der kaufenden Mitglieder. So berichtet Müllheim, dass der Laden am 4. Juli von 150, und Sevelen, dass er sogar von 227 Personen besucht wurde, so berichtet Gränichen, dass am 3. und 4. Juli ein Umsatz von Fr. 21,000.— erzielt worden sei, der sich angesichts der doppelten Rückvergütung, die an diesen beiden Tagen gewährt wurde, in einer Ersparnis der Mitglieder von nicht weniger als Franken 3780.— (Gesamtrückvergütung des letzten Rechnungsjahres = Fr. 47,500.—) auswirke.

Einzelne Vereine begnügten sich immerhin nicht mit rein geschäftlicher Propaganda, sondern beriefen ihre Mitglieder oder auch deren Kinder zu festlichen Veranstaltungen zusammen. Was zunächst die Kinder anbetrifft, so veranstaltete die Siedelungsgenossenschaft Freidorf ein Jugendfest mit verschiedenen Wettbewerben und anschliessender Preisverteilung. St-Ursanne lud alle Schulkinder zu einem Kinderfest mit Bewirtung ein und konnte zu diesem Anlasse die für das kleine Städtchen auffallend grosse Zahl von 250 Kindern gewinnen. Eine Art Jugendfest in Verbindung mit einem Umzug der Kinder veranstaltete auch Erstfeld. Zürich lud die Kinder seiner Mitglieder zu zwei Aufführungen ein, in deren Mittelpunkt ein mit grosser Begeisterung aufgenommenes Kasperlspiel «Der Chasperli chauft im L. V. Z.» stand. Etwa 2500 Kinder leisteten der ergangenen Einladung Folge. Unter den Veranstaltungen für Erwachsene verdienen besondere Erwähnung die festliche Zusammenkunft der Behördemitglieder des A. C. V. beider Basel und des Bundes Basler Wohngenossenschaften, die gemeinsame Feier des A. K. V. und der Eisenbahner-Baugenossenschaft Erstfeld, die Abendfeier der Siedelungsgenossenschaft Freidorf, die Abendfeier des A. K. V. Herisau, die beiden Unterhaltungsabende des Konsumvereins Thalwil vom 4. und 5. Juli und die unter dem Protektorat des L. V. Z. stehenden Feiern verschiedener Zürcher Wohngenossenschaften. Festredner in Basel und Freidorf war Redaktor Hermann Schlatter. Die Feier der Siedelungsgenossenschaft Freidorf erhielt eine besondere Note einmal durch die Anwesenheit von 76 Schülern der dänischen Genossenschaftsschule, die, auf einer Ferienreise begriffen, gerade am Internationalen Genossenschaftstag im Freidorf Quartier bezogen hatten, sodann durch die Mitwirkung des bekannten Dialektdichters und -schauspielers, Moritz Ruckhäberle, Verfasser zweier A. C. V.-Revuen, als Hauptdarsteller eines von ihm verfassten und vom Basler Dirigenten, Siegfried Kremo, mit einschmeichelnden Melodien versehenen Singspiels «Die wohri Läbesfraid». In Herisau wirkte die Appenzeller Trachtengruppe, in Thalwil die bekannte Jodlerin Gritli Wenger im Programme mit. Die Veranstaltungen in Zürich konnten sich der Mitwirkung von Herrn Stadtpräsident Klöti als Festredner erfreuen. Es dürfte nicht uninteressant sein, aus seinem Referat hier wiederzugeben, dass Zürich auf insgesamt etwa 90,000 Wohnungen nicht weniger als 11,000 genossenschaftliche zählt. Der Familienabend, den Frauenfeld vorgesehen hatte, musste wegen der Kinderlähmungsepidemie auf bezirksärztliche Verfügung hin unterbleiben.

Das Verständnis für die grosse Bedeutung des Internationalen Genossenschaftstages ist nicht allerorten gleich gross, und demgemäss nehmen auch die Veranstaltungen, die mit diesem Tage verknüpft werden, von Ort zu Ort sehr verschiedenen Charakter an. Im allgemeinen darf aber gesagt werden, dass auch in der Schweiz die vor nunmehr dreizehn Jahr geschaffene Institution so feste Wurzeln gefasst hat, dass man sie sich nicht mehr gut aus dem Leben unserer Genossenschaften wegdenken könnte. h.

Von der Kulturbewegung in der Genossenschaft.

Noch acht Jahre, und ein Jahrhundert ist dahingegangen, seit eine kleine Schar blutarmer Weber, die Redlichen Pioniere von Rochdale, eine weltbewegende Tat vollbrachten. Sie gründeten in ihrem Städtchen in der Krötengasse einen Konsumvereinsladen.

Sie brachten den Mut auf, ihren Kaufleuten und Unternehmern zu erklären: «Wir brauchen Eure Waren und Eure Dienste nicht mehr. Was uns fürs Leben nottut, verschaffen wir uns selbst und billiger, als Ihr es uns liefert.»

Heute ist Rochdale eine grosse englische Genossenschaftsstadt mit den notwendigen Verkaufsläden und Eigenbetrieben. Sie bedarf keiner aufdringlichen, kostspieligen Reklame. Die Zukunftshoffnung der achtundzwanzig Pioniere und ihrer einsichtigen Frauen ist in schönste Erfüllung gegangen und leuchtet als ein Vorbild treuen Zusammenhaltens über die ganze Welt.

Das Geheimnis ihres beispiellosen Erfolges lag in der einfachen Erkenntnis, dass es durch das Zusammenlegen der Kaufkraft möglich sei, einen Teil des Profits, der in den Warenpreisen bezahlt werden muss, auszuschalten.

Aber eine noch tiefere Erkenntnis beseelte die Redlichen Pioniere. Sie erkannten, dass neben dem täglichen Brot dem nachdenklichen Menschen Gelegenheit gegeben werden muss, sich Wissen anzueignen. Dass dieses Wissen ihn hinführt zu den Quellen der Glaubens- und Willensfreiheit. Wissen ist nur ein anderer Name für das Suchen, das Forschen nach Wahrheit, der Grundlage aller Kultur, der bewussten Menschwerdung. Das geschulte Wissen, die Wissenschaft, reisst die Menschen aus den Klauen der dämonischen Mächte und legt ihr Schicksal in ihre eigenen Hände. Dieses Kulturstreben kommt in den Satzungen, den Prinzipien der Rochdaler Pioniere in dem Gedanken der Selbsthilfe zu lebenskräftigem Ausdruck. Einmal in der offenen Mitgliedschaft. Der Eintritt in sie ist jedem gewährleistet. Jedes neue Mitglied ist wertvoll, nicht nur, weil es die Konsumkraft, den Bedarf vergrössert, die Unkosten der Vermittlung verringert und dadurch die Qualität vorteilhafter und die Preise niedriger werden. Das neue Mitglied stärkt vor allem den Zusammenhalt, die genossenschaftliche Gemeinschaft, die brüderliche Mitarbeit und Hilfsbereitschaft.

Durch diese gegenseitige Unterstützung in der Genossenschaft ist der Boden geschaffen für die demokratische Verwaltung, für die demokratische Wirtschaft. In ihr verkörpert sich der Grundsatz, dass alle Menschen frei und gleich geboren sind. Frei und gleich in Pflichten und Rechten tritt die Frau als vollwertiger Mensch

an die Seite des Mannes. Jedem Mitglied gebührt eine Stimme bei der Behandlung von Vereinsangelegenheiten und bei Wahlen. Gerade in dieser Bestimmung drückt sich das Verlangen aus nach Freiheit, Gleichheit und Brüderlichkeit.

Auch im Prinzip der Rückvergütung liegt ein kultureller Wert. Indem sie zur Erhöhung der Kaufkraft der Mitglieder der Genossenschaft beiträgt, veranlasst sie zu noch engerer Verbundenheit mit ihr, zu noch grösserer genossenschaftlicher Treue. In gleicher Richtung wirkt der Grundsatz der Barzahlung. Er zwingt die Familie, sich nach dem Zweckmässigen, Vernünftigen umzusehen, unnütze Ausgaben zu vermeiden. Sie hält die Ordnung im Haushalt aufrecht und bewahrt vor Abhängigkeit.

Von ganz besonderem kulturellem Wert ist die Ansammlung von sozialem Kapital. Es schafft die Mittel zur Betriebserweiterung und Höherentwicklung der Genossenschaft auf die Stufen der Eigenproduktion zu planvoll organisierter Erzeugung und Verteilung der Lebensgüter, national und international. Es schafft die Mittel zur Förderung genossenschaftlicher Erziehung und Fortbildung, die Mittel zu grösserer Entfaltung der kulturellen Bewegung.

Die Pioniere von Rochdale erkannten dieses hohe Ziel. Im Hinblick darauf bestimmten sie, dass ein Teil des Betriebsüberschusses für die Aufklärungsarbeit und das Bildungswesen zu verwenden sei. Die demokratische Verwaltung erfordert geschulte Köpfe unter den Genossenschaftern und Genossenschafterinnen. Sie erfordert grosse Kenntnisse und Erfahrungen. Wenn diese nicht vorhanden sind, ist der Erfolg, die Höherentwicklung der Genossenschaft in Frage gestellt.

Die Genossenschaftsbewegung kann in ihrem Aufwärtsstreben die wirtschaftliche Demokratie nur dann erreichen, und nur insoweit, wie die genossenschaftliche Methode der Bedarfsbefriedigung sich im Wettbewerb mit andern Methoden als überlegen erweist. Von dieser Fähigkeit oder Unfähigkeit hängt ihr Wohl und Wehe ab. Gelingt es ihr, diese hohe Kraft zur Selbstversorgung, zur Selbsthilfe aufzubringen, so entwickelt sie im Handel eine Eigenschaft, die dazu beiträgt, kulturfördernd zu wirken, indem sie die Menschen zu Anstand und Ehrlichkeit erzieht.

In der heutigen Privatwirtschaft herrscht das Streben nach möglichst grossem Profit. Selbstsucht und Unredlichkeit nehmen immer mehr überhand. Daraus erwachsen die Erscheinungen der Unkultur, die unsere ganze Sozialordnung mit dem Niedergang und Zusammenbruch bedrohen. Verbrechen und Krieg sind die Folgewirkungen.

Die Genossenschaft zeigt den Ausweg aus diesem entwürdigenden Egoismus. Sie bringt den Einzelnen dazu, vorwärts zu streben und seinen Besitz zu mehren. Sie macht das von der Bedingung abhängig, dass er gleichzeitig anderen hilft. Die Genossenschaft bringt den Einzelnen in Bewegung, damit er den Zugang zu den Dingen findet, die er braucht. Aber dazu ist die Unterstützung durch die Mitmenschen notwendig, damit ein jeder von ihnen wie er selbst den Zugang zu den gleichen Vorteilen findet. Der Einzelne hilft sich selbst, indem er anderen hilft. Dieses Prinzip der Selbsthilfe ist das arbeitsfähigste, das je auf dem Gebiete der Wirtschaft entdeckt worden ist. Die menschliche Kultur aber kann nur bestehen und sich entwickeln, wenn ihr materielle Dinge und Dienste als Grundlage zur Verfügung stehen. Diese bietet ihr die genossenschaftliche Methode, die die Menschen praktisch lehrt, ein besseres Leben, eine schönere und glücklichere Zukunft zu erstreben und aufzubauen. M. H.

Die Zentrale der ungarischen Konsumgenossenschaften „Hangya".

Die ungarische Konsumgenossenschaftsbewegung verdankt ihr Entstehen in der Hauptsache einem einzelnen sozial gesinnten Manne, dem Grafen Alexander von Karolyi. Karolyi rief am 23. Januar 1898 die «Hangya» (Ameise), Produktions-, Verwertungs- und Konsumgenossenschaft, Genossenschaftszentrale des Bundes Ungarischer Landwirte, und damit auch die ungarische Konsumgenossenschaftsbewegung schlechthin ins Leben. Geschäftlicher Leiter dieses Genossenschaftsunternehmens war von der Gründung bis zum Herbst 1934 Elemér von Balogh und von da an Dr. Friedrich Wünscher. Die «Hangya» begann ihre Tätigkeit mit einem Stammkapital von 16,000 Kronen und einem Umsatz von etwa 50,000 Kronen. 1935 belief sich ihr Umsatz in der Warenbeschaffung auf 57,24 und in der Warenverwertung auf 13,21 Millionen Pengös. Am Ende des ersten Rechnungsjahres zählte sie anderseits 70 Verbandsvereine. Bis Kriegsende, d. h. innert zwanzig Jahren war deren Zahl auf 2240 angewachsen. Sie sank infolge der Aufteilung Ungarns auf rund 900, stieg aber bis Ende 1935 wiederum auf 1488 mit rund 630,000 Einzelmitgliedern an. Die Mehrzahl der Hangya-Genossenschaften befindet sich auf dem Lande und befasst sich wie ihre Zentrale nicht nur mit der Beschaffung, sondern auch mit dem Absatz von Waren. Immerhin gehören auch die grosse Konsumgenossenschaft der öffentlichen Beamten mit 111 Verteilungsstellen in Budapest und dessen Umgebung und die kleinere Konsumgenossenschaft der Staatsbahnangestellten mit 22 Verteilungsstellen dem Hangya-Verbande an. Zum Zwecke der näheren Ueberprüfung ihrer Geschäftsführung und der Beratung in allen für sie in Betracht kommenden Fragen sind die Verbandsvereine in 140 Kreise eingeteilt, an deren Spitze je ein besonderer Kreisleiter steht. Im Laufe des Jahres 1935 wurde auch mit der Gründung besonderer Frauengilden begonnen. Ende 1935 bestanden deren bereits 60. Sie sind ihrerseits wiederum zu einem besonderen nationalen Verband zusammengeschlossen.

Der Hangya-Verband vereinigt, wie unser V. S. K., die Funktionen eines Zentralverbandes und einer Grosseinkaufsgesellschaft. Als Zentralverband vertritt er die Interessen der Gesamtbewegung und der einzelnen Genossenschaften. In dieser Eigenschaft unterhält er u. a. eine besondere Rechtsabteilung, Abteilungen für genossenschaftliche Werbung und Ausbildung usw. und veröffentlicht er die Zeitschrift «Hangya». Als Grosseinkaufsgesellschaft liefert er einerseits den Verbandsvereinen sozusagen sämtliche Waren, die in Haus- und Landwirtschaft Verwendung finden, und verwertet er anderseits die Erzeugnisse der landwirtschaftlichen Tätigkeit der Mitglieder seiner Genossenschaften, vor allem Vieh, Eier, Obst, Gemüse, Honig und Erzeugnisse der Heimarbeit. Die Warenlieferung an die Verbandsvereine erfolgt durch ein Zentrallager in Budapest

und verschiedene eigene und gemietete Lagerräumlichkeiten in der Provinz, für die Verwertung bestehen 7 Spezialgenossenschaften. Die Verwertungsseite der Tätigkeit der Hangya hat namentlich unter der Leitung des neuen Generaldirektors der Hangya, Dr. Friedrich Wünscher, eine besondere Ausgestaltung erfahren und befindet sich immer noch in stark aufsteigender Entwicklung. Der Absatz erfolgt nach dem Inland sowohl als dem Ausland. Seit dem Jahre 1916 befasst sich die Hangya auch mit Eigenproduktion. Die wichtigsten ihrer Erzeugnisse sind Seifen, chemisch-technische Artikel, Farbwaren, Bürstenwaren, Branntwein, Senf, Essig, Kisten, Papiertüten. Der grösste Teil der Produktivbetriebe ist zu einer besonderen Gesellschaft, der Hangya-Industrie A.-G., zusammengeschlossen. Für die Verwertung von Getreide und Schafwolle besteht seit 1921 die «Futura»-Warenverkehrs A.-G., an der ausser der Hangya auch die Landes-Zentral-Kreditgenossenschaft beteiligt ist. Die Angestellten der Hangya besitzen eine eigene Pensionskasse und eine Krankenkasse, für die Angestellten der Genossenschaften wurde eine die allgemeine Sozialversicherung erweiternde Pensions-Ergänzungskasse errichtet. Schliesslich betreiben die Hangya und wiederum die Landeszentrale der Kreditgenossenschaften gemeinsam seit 1921 das «Elisabethenspital der Genossenschaften», eines der modernsten Krankenhäuser Budapests. h.

Volkswirtschaft

Baugenossenschaften, Mietzinsabbau und Krise auf dem Wohnungsmarkt.

Im Jahresbericht 1935 des Schweizerischen Verbandes für Wohnungswesen und Wohnungsreform wird im Anschluss an die allgemeine Schilderung der Lage auf dem Wohnungsmarkt die besondere Stellung der Baugenossenschaften wie folgt skizziert:

«Unseren Baugenossenschaften erwachsen aus der oben geschilderten Lage die denkbar schwersten Aufgaben. Es ist hier nicht der Ort, diese Schwierigkeiten alle eingehend zu schildern. Einige Hinweise aber mögen doch angebracht sein. Auszugehen ist dabei von der Tatsache, dass alle unsere Baugenossenschaften ihre Wohnungen noch zu den Selbstkosten abgeben, d. h. dass sie für die gesamten Anlagewerte eine oft recht knappe, vielleicht in manchen Fällen zu knappe Bruttoverzinsung rechnen. Gelegentlich werden sie zu solchem Vorgehen sogar behördlicherseits genötigt, vor allem dann, wenn Subventionen ausgerichtet worden sind und für weniger bemittelte Schichten der Bevölkerung gebaut werden soll. Die Abgabe der Wohnungen zu Selbstkosten, obwohl nach unserer Ueberzeugung durchaus dem Wesen der Genossenschaft entsprechend, hat aber einen grossen Nachteil: jede grössere Schwankung auf dem Geldmarkt oder auf der Seite des Konsums, d. h. der Mieterschaft, kann, je nach dem Vorzeichen, die Rechnung einer Genossenschaft auf das empfindlichste in Mitleidenschaft ziehen. Gerade das aber haben unsere Genossenschaften erlebt. Zunächst freilich nahmen sie teil an der allgemeinen Senkung des Hypothekarzinsfusses. Mancher Genossenschaft war diese Erleichterung willkommen, damit sie endlich ihre knappe Rechnung auf einer etwas vorsichtigeren Grundlage neu aufbauen konnte. Nicht wenige Genossenschaften aber haben sofort auch die Mietzinse herabgesetzt oder wenigstens Rückvergütungen gewährt. Leider war jedoch die Freude nur von kurzer Dauer. Im Gefolge der Schrumpfung unserer gesamten Wirtschaft und der allgemeinen Abbaubewegung sanken die Löhne, die Arbeitslosigkeit frass sich auch in unsere Genossenschaften hinein, es zeigten sich auch bei ihnen leere Wohnungen, gelegentlich sogar in grösserer Zahl, die Rechnungen wurden da und dort noch knapper, als sie es schon waren, und heute stehen wir wohl allgemein vor der Tatsache, dass auch für unsere Genossenschaften die magern Jahre angebrochen sind.

Das darf uns freilich nicht abhalten, auch weiterhin treu auf unserem Posten zu stehen. Und allem Anschein nach ist es auch bereits der grossen Mehrzahl der Baugenossenschaften gelungen, auch auf dem Boden veränderter Tatsachen festen Fuss zu fassen. Zur Panikstimmung ist auch in der Tat keinerlei Anlass vorhanden. Denn eines muss und darf mit aller Deutlichkeit betont werden: Haben unsere Genossenschaften, im Interesse ihrer Mitglieder und Mieter, auch immer und immer knapp gerechnet, so haben sie doch gesund gerechnet und sich von jeglicher Spekulation auf die eine oder andere Konjunktur ferngehalten. Könnte man das von unserer gesamten Wirtschaft sagen, dann stünde es mit unserem Land in mancher Hinsicht besser. Vielleicht dürfen wir noch weiter gehen und behaupten: Unsere Baugenossenschaften bilden geradezu den relativ gesunden Kern unserer Wirtschaft, und es ist unsere Pflicht, diesen Kern gesund zu erhalten, allen Massnahmen, aber auch allen Gerüchten entgegenzutreten, die sein Wohlergehen in dieser schweren Zeit gefährden könnten.»

Bau- und Wohngenossenschaften

Rekord-Entwicklung der britischen Baugenossenschaften. Der Gesamtbetrag der von allen Genossenschaften im Jahre 1935 gewährten Darlehen erreichte die Rekordziffer von 131 Millionen Pfund Sterling gegen 125 Mill. Pfund St. im Jahre 1934. Dies war schon das dritte aufeinanderfolgende Jahr, in welchem die gewährten Darlehen 100 Millionen Pfund Sterling überstiegen. Am Ende des letzten Geschäftsjahres erreichten die Gesamtmittel der Genossenschaften den Rekordbetrag von 602 Millionen Pfund Sterling gegen 556 Millionen Pfund Sterling im Vorjahre. Die Zahl der Konten betrug 3,881,259 gegen 3,620,144 im Jahre 1934.

Aus der Praxis

Die Lagerwirtschaft in genossenschaftlichen Betrieben.

Mit besonderer Berücksichtigung der statistischen Grundlagen.

Von Dr. oec. publ. Arnold Schär.

(Fortsetzung.)

III.

Lagerdauer und Umschlagsgeschwindigkeit.

Im wirtschaftlichen Kreislauf des Unternehmens ist die Umschlagsfrist des Warenlagers, das heisst die Zeitspanne vom Eintreffen der Ware bis zu ihrem Absatz, von ausschlaggebender Bedeutung.

Für den Kaufmann heisst es, je schneller der Warenumschlag, desto grösser der Ertrag. «Wer im Jahr seinen Vorrat nur einmal umsetzt, muss, um den gleichen Gewinn zu erzielen, den Aufschlag zum Ankaufspreis 10 mal so hoch ansetzen als sein Konkurrent, der seine Ware 15 mal oder anders ausgedrückt, in 24 Tagen umsetzt.» Dazu verschlingt die längere Lagerung der Ware Arbeit, Kapitalzinsen und Lagerkosten verschiedener Art; zudem

unterliegt das Lager dem Risiko der Entwertung. Das Warenlager deckt daher die Fehler der Betriebsführung auf. Ein zu grosses Lager ist der Beweis für schlechten Einkauf, falsche Organisation oder ungenügenden Absatz. Ein altes Sprichwort sagt dazu: «Ein schneller Groschen ist besser als ein langsamer Taler.»

Jeder richtig geführte Betrieb sucht nach Anhaltspunkten und Vergleichsmaterial für die Richtigkeit seiner Lagergestaltung. Es gibt daher für jede Branche Richtzahlen, die jedoch nicht immer ohne Vorbehalt vergleichbar sind. Durch die Arbeitsgemeinschaft der Konsumvereine mit Spezialgeschäften verfügen wir heute über ein umfangreiches Vergleichsmaterial, dessen Auswertung den genossenschaftlichen Betrieben in der nächsten Periode beträchtliche Vorteile bringen kann.

Die einfachste und direkte Ermittlung der Umschlagsdauer besteht darin, bei jeder Ware den Eingangs- und Ausgangszeitpunkt zu notieren. Dieses Verfahren wird auch überall dort befolgt, wo es sich um einzelne Stücke handelt, auf deren Etikette Eingangs- und Ausgangsdatum notiert werden. Eine solche Bestimmung der Lagerdauer ist aber überall dort nicht mehr möglich, wo der Verkauf in kleinen Mengen nach Mass und Gewicht erfolgt oder wo es sich um abgepackte oder umgearbeitete Waren handelt. Es gilt daher, ein indirektes Verfahren anzuwenden, das auf die mengenmässige Berechnung verzichtet und sich mit der Errechnung von Durchschnittszahlen auf der Basis von Preisen begnügt. Es geschieht in der Weise, dass man den Umsatz zu Ankaufspreisen dem Durchschnittswert des Warenlagers gegenüberstellt. Die Umschlagsgeschwindigkeit wird daher durch folgende Formel ausgedrückt:

$$\frac{\text{Umsatz}}{\text{durchschnittlicher Lagerbestand}} = \text{Umschlagsgeschwindigkeit (oder Umschlagsziffer)}$$

Aus dem Verhältnis des Jahresumsatzes zum Durchschnitt des Lagers ergibt sich die Umschlagsgeschwindigkeit, aus der sich die durchschnittliche Umschlagsdauer in Tagen berechnen lässt. Die Berechnung begegnet nun freilich in der Praxis erheblichen Schwierigkeiten. Dem Verfasser sind viele Zahlenangaben gemacht worden, die auf einer Verwechslung von Inventur- und Warenbestand beruhten. Es zeigte sich bei näherem Zusehen, dass im «Warenbestand» auch Ausstände und Kassabestand enthalten waren. Umsatz und Lagerdauer sind oft auch nicht eindeutig bestimmt und werden im Rechnungswesen nicht immer gleich behandelt. Wir finden, dass der Umsatz zu Verkaufspreisen, die Lagerbestände dagegen zu Einkaufspreisen angegeben werden. Setzt man nun bei der Errechnung der Umschlagsgeschwindigkeit den Umsatz zu Verkaufspreisen, den Lagerbestand dagegen zu Einkaufspreisen in die vorgenannte Formel ein, so ergibt sich eine Umschlagsziffer, die höher ist, als wenn die beiden Grössen in gleicher Weise bewertet werden. Dieser Mangel erschwert den Vergleich von Zahlen verschiedener Betriebe, sofern man sich nicht vorher über die Errechnungsmethode geeinigt hat.

Eine weitere Schwierigkeit bei der Errechnung der Umschlagsgeschwindigkeit besteht in der Ermittlung des durchschnittlichen Lagerbestandes. In vielen Betrieben wird das Lager jährlich nur einmal oder im besten Fall zweimal bewertet. Für manche Branchen ist zudem der Zeitpunkt der Bewertung von Wichtigkeit, da aus saisonmässigen Gründen der Inventurbestand besonders niedrig oder dann besonders hoch sein kann. So werden beispielsweise in der Bonneteriebranche bei einer Inventur am 1. Januar die Bestände durch das Weihnachtsgeschäft eine bedeutende Verminderung erfahren haben, die vielleicht sogar unter den normalen Bestand geht.

Im Lebensmittelgeschäft oder in allen Branchen, die einen gleichmässigen Bedarf decken, werden hingegen die Bestände eher eine gewisse Gleichmässigkeit aufweisen. In den folgenden Beispielen aus dem Basler Konsumverein haben wir uns jeweils mit den Semesterinventuren begnügen müssen. Das Durchschnittslager ergibt sich dann als das arithmetische Mittel aus drei Zahlen. Die Nachprüfung zeigt übrigens, dass der Lagerbestand im Verlaufe des Jahres nur geringe Abweichungen aufweist, da ein Kleinhandelsbetrieb immer einigermassen vollständig assortiert sein muss. Anders verhält es sich in Spezialbranchen. Wir führen am Schluss ein Beispiel einer Tuchhalle an, deren Lagerkontrolle auf der monatlichen wertmässigen Bestandsfeststellung beruht. Die Berechnung der Umschlagsgeschwindigkeit gewinnt natürlich an Zuverlässigkeit, wenn das Durchschnittslager auf Grund von 12 Monatsangaben gewonnen werden kann. Die Berechnung der Umschlagsgeschwindigkeit hat zur Voraussetzung, dass Zähler und Nenner gleichwertige Grössen sind. Umsatz und Lagerbestand müssen entweder zu Einstands- oder dann zu Verkaufspreisen berechnet werden.

Im folgenden Beispiel wurden die Lagerbestände ursprünglich zu Verkaufspreisen angegeben und dann durch Abzug des prozentualen Zuschlags, wie er jeder Abteilung zukommt, auf den Einstandspreis reduziert. Bekanntlich wird der Einfachheit halber in Kleinhandelsbetrieben meistens zu Verkaufspreisen inventiert und dann die Preise durch Reduktion auf den Einstandspreis zurückgeführt. Uebrigens verlangt auch der Gesetzgeber, dass Lagerbestände höchstens zum Kostenpreis bilanziert werden. Trügerische Geschäftsergebnisse entstehen bekanntlich immer wieder durch Missachtung dieser Regel. Der Umsatz zu Einstandspreisen lässt sich der Jahresrechnung entnehmen. Es gilt aber weiter zu berücksichtigen, dass seit Beginn der grossen Preisrückgänge vorsichtshalber die Warenbestände noch etwas unter den Einstandspreisen eingesetzt werden. Unter Umständen können solche Abschreibungen auch als «stille Reserve» betrachtet werden. Für unsere Berechnung ist dies von Wichtigkeit, weil daraus eine scheinbare Verringerung der Umschlagsgeschwindigkeit resultiert. Im folgenden wird für einen Jahrgang die Lagerdauer bei Zugrundelegung des effektiven und des ausgewiesenen Lagerbestandes berechnet.

Tabelle No. 7.

Lagerdauer in Tagen für das Jahr 1930 des Basler Konsumvereins.

	Nach dem ausgewiesenen Lagerbestand (Jahresbericht)	Nach effektivem Warenbestand (Einstandspr.)
Warengeschäft	63	67,3
Bäckerei	22	25,8
Weingeschäft	177	195,1
Schlächterei	2	14,8
Obstgeschäft	10	13,2
Brennmaterialgeschäft	105	105,5
Milchgeschäft	5	6,7
Schuhgeschäft	239	255,2
Haushaltungsgeschäft	105	119,6
Landwirtschaftliche Artikel	57	72,4
Manufakturwarengeschäft	188	199,4
Durchschnitt	58	63,3

Die nachstehende Tabelle der Lagerdauer aus dem Basler Konsumverein ist nach den bis jetzt angeführten Gesichtspunkten aufgestellt. Die Zusammenstellung ist übrigens auch in der Publikation der Eidgenössischen Preisbildungskommission übernommen worden, da sie für die Konsumvereine besonders charakteristisch ist. Der Durchschnittszahl von 1923/33 ist als Vergleich der Durchschnitt 1898 bis 1908 beigegeben, wie er seinerzeit in der Untersuchung von Professor Johann Friedrich Schär berechnet wurde.

Tabelle No. 8.

Lagerdauer in Tagen des Basler Konsumvereins nach den publizierten Jahresrechnungen.

Geschäftszweig:	Durchschn. 1898-1908	1923	1924	1925	1926	1927	1928
Warengeschäft	70	76	74	71	70	66	68
Bäckerei	17	13	10	10	9	16	16
Weingeschäft	443	226	195	207	220	231	255
Schlächterei	12	8	6	6	9	6	6
Obstgeschäft	45	27	20	15	11	14	12
Brennmaterialgeschäft	114	150	95	97	109	103	126
Milchgeschäft	21	6	7	5	6	7	7
Schuhgeschäft	442	195	170	175	220	203	215
Haushaltungsgeschäft	348	372	325	266	301	273	194
Landwirtschaftl. Artikel	—	—	—	—	—	—	66
Manufaktur	—	—	—	—	127	172	182
Kaufhaus Cardinal	—	—	—	—	—	—	—
Total	63	59	57	53	58	61	62

*

Geschäftszweig:	1929	1930	1931	1932	Durchschn. 1923-1932	1933
Warengeschäft	68	63	65	63	68	66
Bäckerei	20	22	26	26	17	28
Weingeschäft	187	177	163	162	202	175
Schlächterei	4	2	2½	2	5	1½
Obstgeschäft	11	10	9	4	13	4
Brennmaterialgeschäft	95	105	77	58	102	57
Milchgeschäft	7	5	5½	3	6	2
Schuhgeschäft	235	239	202	184	204	203
Haushaltungsgeschäft	126	105	87	92	214	113
Landwirtschaftl. Artikel	59	57	53	55	58	52
Manufaktur	168	188	148	130	159	192
Kaufhaus Cardinal	—	—	—	—	—	121
Total	62	58	57	54	58	58

Der Vergleich dieser Zahlen zeigt im Verlaufe der Jahrzehnte, von kleinen Ausnahmen abgesehen, eine grosse Konstanz. Es wird nun interessant sein, die einzelnen Warengruppen näher zu betrachten, wobei zwei Gruppen gebildet werden, nämlich Artikel des «täglichen oder kurzperiodischen» Bedarfes und Artikel des «langperiodischen» Bedarfes.

a) **Artikel des täglichen oder des kurzperiodischen Bedarfes.**

Hieher gehören Lebensmittel, inbegriffen die kleinen und grösseren Bedarfsartikel der Haushaltung. Die Lagerdauer lässt weitgehende Rückschlüsse auf die gesamte Geschäfts- und Betriebspolitik eines Unternehmens zu. Die einzelnen Geschäftszweige sind im folgenden einer näheren Prüfung unterzogen:

Warengeschäft.

Beachtenswert ist hier die Konstanz der Lagerdauer und die geringe Veränderung, die sie im Verlauf von 40 Jahren aufzuweisen hat. Es gilt zu beachten, dass hier die Bestände der Läden und des Zentrallagers zusammengefasst sind. Die Lagerdauer in den Warenläden ist bedeutend kürzer, wie an anderer Stelle noch zu zeigen sein wird.

Bäckereigeschäft.

Im Bäckereibetrieb kann seit dem Jahre 1926 eine verhältnismässig starke Zunahme der Lagerdauer festgestellt werden. Diese ergibt sich aus der Errichtung eines Neubaues mit grösserem Mehllager, während ein solches Lager vorher nur in beschränktem Umfange bestand.

Weingeschäft.

Mit Rücksicht auf die besondere Art der Ware, die naturbedingt jährlich nur einmal beschafft wird, ist die Lagerdauer von durchschnittlich 200 Tagen als gering zu betrachten. Wir haben hier eine Ware, die durch die Lagerung nicht an Wert verliert, sondern im allgemeinen bis zu einer gewissen Grenze gewinnt. Der Rückgang der Lagerdauer gegenüber früheren Jahren ergibt sich aus der Tatsache, dass nicht mehr der gesamte Bestand im Herbst eingekellert wird, sondern auch grössere Quantitäten im Verlaufe des Jahres zugekauft werden. Der Rückgang seit dem Jahr 1929 ist auch durch Preisabschreibungen bedingt, die mit Rücksicht auf allfällige Preisrückgänge ein Gebot der Vorsicht waren.

Obstgeschäft.

Die Lagerdauer im Obstgeschäft weist einen beträchtlichen Rückgang auf, weil die Herbsteinlagerung von Obst gegenüber früher beträchtlich reduziert wurde.

Milchgeschäft.

Das Lager besteht hier vorwiegend aus einem grösseren Käsebestand. Der Rückgang gegenüber früher ergibt sich aus der Tatsache, dass der Konsumverein selbst die Käsefabrikation aufgegeben hat und die Ware als Mitglied der Käseunion vielfach direkt beim Produzenten bezieht, der die Lagerhaltung weitgehend besorgt.

Fassen wir die Lagerdauer der Artikel des kurzperiodischen Bedarfes zusammen und vergleichen wir sie mit ähnlichen Zahlen verschiedener anderer Untersuchungen, so erhalten wir folgendes Bild:

Tabelle No. 9.

Umschlagsziffern für Artikel des kurzperiodischen Bedarfes (Lebensmittel und tägliche Bedarfsartikel).

Basler Konsumverein, Durchschnitt 1931/33	9,6
Deutscher Einzelhandel, Durchschnitt 1925/27:	
(Institut für Konjunkturforschung) Lebensmittel	8,9
Genussmittel	6,7
Deutsche Konsumvereine, Durchschnitt 1924/27	12,3
Kolonialwaren im amerikanischen Einzelhandel	10

Wenn bei diesem Vergleich das Ergebnis des Basler Konsumvereins nicht an erster Stelle steht, so ist dies vielleicht auf die sorgfältige Art der Berechnung zurückzuführen. Es ist bei Tabelle No. 8 zu beachten, dass hier die Lagerbestände nach Geschäftszweigen geordnet sind und jeweils der Bestand des Ladens und Zentrallagers zusammengefasst ist. Es sind uns von grösseren genossenschaftlichen Betrieben Angaben zugegangen, die

wir hier nicht verwenden konnten, da sie nur das Zentrallager umfassen und alle in den Läden liegenden Waren als verkauft betrachten. Man bedenke, wie beispielsweise im Basler Konsumverein mit seinen 190 Läden über zwei Millionen Franken allein auf die Waren in den Läden entfallen.

b) **Artikel des langperiodischen Bedarfes.**

Dazu gehören Artikel, die nicht täglich benötigt werden, deren Anschaffung und Erneuerung jedoch auch nach einer gewissen periodischen Regelmässigkeit erfolgt. Die Lagerdauer beansprucht gerade auf diesem Gebiet grosses Interesse, weil sie im allgemeinen eine verhältnismässig lange Zeitspanne umfasst, die kalkulatorisch eine grössere Belastung der Ware bringt.

Schuhwaren.

In der erwähnten Studie von Professor J. F. Schär wurde für Schuhwaren die Lagerdauer von durchschnittlich 400 Tagen mit folgenden Worten beanstandet: «Diese lange Lagerdauer ist wohl nicht normal, und es sollten Mittel und Wege gesucht werden, sie abzukürzen. Der Hauptgrund liegt darin, dass anstatt einem grossen Schuhlokal deren fünf im Betrieb sind, und dass in jedem derselben grosse Quantitäten auf Lager gehalten werden müssen.» Die Zahl der Läden hat sich inzwischen von fünf auf zwölf vermehrt. Immerhin wird ⅓ des Umsatzes, was noch besonders gezeigt wird, im zentral gelegenen Kaufhaus getätigt. Durch systematische Lagerkontrolle wurden die Lagerübersicht verbessert und die Bestände reduziert; es konnte ein bedeutender Fortschritt erzielt werden, indem im Jahre 1933 die Lagerdauer gegenüber früheren Jahren auf die Hälfte reduziert wurde. Schuhwaren sind in beständig zunehmendem Masse dem Modewechsel unterworfen und bilden daher für die Lagerhaltung besondere Risiken.

Haushaltungsartikelgeschäft.

Die Lagerdauer von über 300 Tagen wurde in der Studie von J. F. Schär scharf kritisiert und ihr der 15malige Umschlag der Warenlager der deutschen Warenhäuser gegenübergestellt. Es zeigt sich hier, dass bis zum Jahr 26/27 keine bedeutende Aenderung erfolgte. Dann aber setzte eine gründliche Reorganisation bei gleichzeitigem Ausbau des Sortimentes ein. Der Erfolg gelangt wohl in keiner Ziffer so deutlich zum Ausdruck wie in der Reduktion der Lagerdauer von 300 Tagen auf 92 Tage.

Manufakturwarengeschäft.

Hier handelt es sich um eine verhältnismässig junge Abteilung der Konsumgenossenschaft. Die Zunahme der Lagerdauer ergibt sich durch Schaffung und Ausbau des grossen Textilkaufhauses.

Die summarische Zusammenfassung aller Artikel im «Manufakturwarengeschäft» genügt dem Zweck einer Kontrolle nicht. Es wurde dieser Tatsache Rechnung getragen durch Abtrennung des Textilkaufhauses von den übrigen Läden und Ausdehnung der Berechnung auf die Rayons. Da die Bestände jedes Rayons bekannt sind und auch die Umsätze je gesondert erfasst werden, so hält es nicht schwer, die Umschlagsziffer je Rayon zu berechnen. Es sei in folgendem die Zusammenstellung für die Jahre 1927/33 wiedergegeben:

Tabelle No. 10.

Lagerumschlagsziffern eines genossenschaftlichen Textil-Kaufhauses in Basel.

	Manufaktur und Mercerie	Damenbonneterie	Herrenbonneterie	Damenkonfektion	Damenkleiderstoffe	Herrenkonfektion	Hüte, Mützen	Total Kaufhaus Textilw. u. Cardinal
1927	3	0,9	1,1	2,3	1,1	1,9	1,2	1,5
1928	2,7	1	1,8	2,2	1,5	2,2	1	1,7
1929	3	1	1,8	2,7	1,6	2,1	1	1,8
1930	2,9	1,1	1,8	2,5	1,5	1,7	1,1	1.7
1931	3,2	1,3	2,1	2,7	2	3,5	1,3	2,4
1932	3,9	1,3	2,2	2,7	2,2	3,6	1,4	2,5
1933	2,8	1,5	2,1	2	2,8	1,2	2,2	2,2
D'sch. 27/33	3,1	1,2	1,8	2,5	1,7	2,7	1,2	2
Genossenschaftliches Textilkaufhaus in Zürich								3,65

Auch hier weisen die Ziffern eine verhältnismässig grosse Konstanz auf. Es stellt sich die Frage, ob diese Umschlagsziffern, gemessen an ähnlichen Betrieben, als hoch oder niedrig zu bezeichnen sind. Leider fehlt es an Vergleichsmaterial mit ähnlichen Betrieben am gleichen Ort. Ein ausserordentlich gutes Ergebnis, das im Rahmen dieser Untersuchung eine besondere Erwähnung verdient, weist die Tuchhalle des Lebensmittelvereins in Zürich auf. Wir können diese Zahlen mit unserer Untersuchung deshalb vergleichen, weil sie auf der gleichen Grundlage berechnet wurden. Wir werden am Schluss die Praxis dieses Betriebes in bezug auf die Lagerhaltung noch besonders zur Darstellung bringen.

In diesem Zusammenhang mögen die Richtzahlen des Harvard'schen Institutes für amerikanische Warenhäuser interessant sein. Sie sind in folgendem wiedergegeben, ohne die Gewähr bieten zu können, dass sie auf ganz genau gleiche Weise wie unsere Zahlen berechnet worden sind. Es erzielten im Jahre 1928 328 Warenhäuser unter einer Million Dollars Umsatz eine Umschlagsziffer von 2,2 und 36 Kaufhäuser von 4. Unter diesen Warenhäusern weisen 81 eine Umschlagsgeschwindigkeit von weniger als 2 mal, 147 von 2—3 mal und 99 von über 3 mal auf.

Dem Verfasser ist zudem ein Spezialmodehaus auf dem Platze Basel genannt worden, dessen Umschlagsziffer für Damenkleidung über 4 betragen soll. Im Handbuch des Einzelhandels ist eine Zusammenstellung zu finden, die weitere Anhaltspunkte über die Umschlagshäufigkeit der verschiedenen Rayons und Artikel gewährt.

Tabelle No. 11.

Umschlagsziffer einzelner Warengruppen in Warenhäusern.

Seide und Samt	3
Baumwollwaren	5
Waschstoffe	5
Trikotagen	4,5—5
Kleiderstoffe	4,5
Strümpfe	4,5—5
Kurzwaren	7 —8
Grosskonfektion	6
Kinderkonfektion	4
Schuhwaren	3
Damenputz	8
Teppiche, Linoleum	3,5
Glas, Lampen	4
Holz-, Bürstenwaren	4,5—5
Steingut, Porzellan	3
Email, Blech, Bestecke	4
Spielwaren	5
Schreibwaren	4
Bücher	3,5—4
Butter, Käse, Margarine	62
Wurstwaren	37
Fleisch	23
Obst, Gemüse	24

(Fortsetzung folgt.)

Immer wieder die vierte Seite.

Die vierte Seite des «Gen. Volksblattes» bedeutet für viele Vereinsverwalter eine regelmässige wöchentliche Störung und Plage. Immer muss man da Texte schreiben und Inserate aufsetzen! Man ist doch schliesslich kein Zeitungsmann!

Gewiss ist es heutzutage schwer, gute Inserate zu schaffen. Aber doch nicht so schwer, wie manch einer glaubt. Ein Inserat ist nichts anderes, als ein schriftliches Verkaufsgespräch mit dem Kunden. Weil man nicht allen Kunden gleichzeitig mündlich die Vorzüge einer Ware, die Preisänderung oder Neueinführung gewisser Artikel bekannt machen kann, muss man diese Mitteilungen eben in Form von Inseraten machen. Und dafür ist die vierte Seite des «Gen. Volksblattes» geradezu eine ideale Einrichtung und Gelegenheit. Da gibt es gar keine Leerstreuung wie bei der Tagespresse; jedes Inserat wird hier zu einem absoluten Treffer, denn es gelangt direkt an den Interessenten, an das Mitglied, den Käufer. Die vierte Seite ist also von allergrösster Wichtigkeit.

Es gibt natürlich gewisse Regeln, wie gute Inserate gemacht werden sollen. Oft nur allzuviele, die eher hindern als helfen. Inserate sind eine lebendige, immer wechselnde Angelegenheit, die nicht in eine Schablone gezwängt werden können. Die drei nachfolgenden Regeln bedeuten gewissermassen die Struktur der Empfehlung, um die herum die persönliche Note gebaut wird. Wer immer Inserate aufsetzt, vergesse niemals die drei folgenden fundamentalen Regeln:

1. das Inserat muss auffallen;
2. der Inhalt muss wahrhaft sein;
3. das Angebot muss den Käufer überzeugen, dass er bei einem Kauf Vorteile hat.

Genau wie ein lebendiger Verkäufer. Er kann nicht stumm seine Ware zeigen, sondern muss mit Worten um den Kunden werben, bis sich derselbe entschliesst, zu kaufen. Da im Inserat die Ware leider nicht körperlich, farbig und natürlich gezeigt werden kann wie im Laden, muss eben der Inseratwerbung noch weit mehr Ueberzeugungskraft beigefügt werden. Der Text muss lebendig werden, den Leser fesseln und in ihm den Wunsch auslösen, die betreffende Ware zu besitzen.

Am leichtesten wird immer eine sachliche Lösung sein, Name des Artikels und dessen Preis. Aber heutzutage gibt es gegenüber der Konkurrenz kaum mehr so grosse Preisunterschiede, um damit den geplagten Leser aufzurütteln. Da müssen wir uns eben in die Haut derjenigen hineindenken, die unsere Waren kaufen sollen, hineinfühlen in ihre Wünsche, in ihre Liebhabereien, in ihre Bedürfnisse. Die menschlichen Triebe bleiben schliesslich immer die gleichen. Liebe, Freude, Schmerz, Egoismus, Streben, Ehrgeiz, Genussucht, Eitelkeit, Bequemlichkeit, Sorge um Gesundheit und Wohlbefinden sind die stetigen Auslöser von Wünschen, die dem Geschäftsmann Arbeit und Verdienst bringen. Jede Ware hat in ihrer Zusammensetzung oder in ihrer Anwendung Eigenschaften, die einer der erwähnten Triebfedern menschlichen Handelns entgegenkommen, was bei einer Werbung ins rechte Licht gerückt werden kann und den Verkauf erleichtert.

Gut schreiben, überzeugend schreiben heisst: Natürlich schreiben! Goethe hat gesagt: Um gut zu schreiben, muss man etwas zu sagen haben. Und Schopenhauer definiert: Der Zweck alles Schreibens ist, mittels Worten den Strom der eigenen Gedanken in die Köpfe der Leser zu leiten.

Um gute Inserattexte zu schreiben, braucht es weder grosse Gelehrsamkeit, noch langjährige fachliche Ausbildung, sondern einzig gesunden, aufgeweckten Menschenverstand. Schreiben ist immer ein Ersatz für das gesprochene Wort, schreibe darum so, wie du sprechen würdest. So kinderleicht das scheint, so schwer ist es!

J. P.

Verkaufskunde für Weisswaren.

Wie wir in No. 19, 1936, des «Schweiz. Konsum-Verein» in Aussicht gestellt haben, veröffentlichen wir im folgenden einige Abschnitte aus der sehr instruktiven Broschüre von Carl Schärer, Chef der Tuchhalle im St. Annahof Zürich, über den Verkauf von Weisswaren und Wäscheaussteuern.

Lagerhaltung: Kein Lager erfordert eine peinlichere Pflege als das Weisswarenlager. Weisse Waren sollen frisch und einladend aussehen; nichts verärgert die Kundschaft mehr als unsaubere neue Wäsche, die im Laden zum Verkauf angeboten wird.

Warensortimente: Ueber die Artikelsortimente sind vor allem der Umfang der Abteilung und die örtlichen Verhältnisse massgebend. Jede Verkäuferin muss wissen, was im Laden verlangt wird, damit nicht durch unnötige Sortimente Verluste entstehen.

Ein Weisswarenlager, das richtig und mit Verständnis gepflegt wird, bringt keinen Verlust, da Weisswaren modischen Einflüssen nicht unterworfen sind.

Qualität: Nirgends ist der Konsument mehr geneigt als gerade bei Einkauf von Wäsche, einen guten Preis anzulegen. Geringe Qualitäten auf Kosten des Preises gehören in keine Konsumgenossenschaft. Achten Sie darauf, was von der Kundschaft am meisten verlangt und bevorzugt wird, und richten Sie das Lager so ein.

Mit guten Stammqualitäten werden Sie die besten Erfahrungen machen.

Preissortimente: Zu grosse Preissortimente vergrössern das Lager! Vermeiden Sie, dass Ihr Lager am Umsatz gemessen zu gross wird, und sorgen Sie für richtige Preisnormierung aller Artikel. Es ist falsch, wenn zum Beispiel Bettuchstoffe zu Fr. 1.50, 1.60, 1.70, also von 10 zu 10 Cts. gestuft sind.

Musterbeispiele für Preisstufungen der Bettuchstoffe, gebleicht:

mittelgrobe Qualität	gröbere Qualität	mittlere grobe Qual.	mittel b. mittelgrobe Qual.	mittel bis gröb. Qual.
1.40	1.60	1.90	2.20	2.50
per Meter	per Meter	per Meter	per Meter	per Meter

5—6 Qualitäten.

Rohe Bettuchstoffe	Halbleinen Bettuchstoffe
2—3 Qualitäten	3—4 Qualitäten

Lagerumschlag: Bei sorgfältiger Ueberwachung und gut gepflegtem Lager müssen sich Weisswaren zwei- bis dreimal jährlich umsetzen. Die Dispositionen durch den V. S. K. erleichtern Ihnen diese Arbeit.

Günstige Verkaufsperioden: Januar und Februar gelten in der Regel als günstig für den meterweisen Verkauf. Diese Monate sind überall in der Schweiz die günstigsten.

Mai und Juni sind für Frottierwaren geeignet.

Dezember als Weihnachtsmonat kommt mehr für fertige Bett-, Tisch- und Küchenwäsche in Betracht, die sich besonders für Geschenke eignet.

Vergessen Sie nie, in diesen Monaten vorteilhafte und saubere Weisswaren in den Schaufensterauslagen zu zeigen.

Massverluste: Geben Sie genaue Masse — aber nicht geizig, damit der Konsument zufrieden ist. Vergessen Sie aber nie, dass beim meterweisen Verkauf von Weisswaren mindestens mit 2% Schnittverlust zu rechnen ist. Ungenaue Masse schädigen entweder die Mitglieder oder Ihre Genossenschaft.

2% Schnittmanko kann also geduldet werden!

*

Warenhauspreise, Warenhausmasse: Billige Preise im Privatwarenhandel dürfen Sie nicht verblüffen. Kontrollieren Sie sofort diejenigen Artikel, die Ihnen zum Nachdenken Anlass geben.

Prüfen Sie die Masse in erster Linie und dann das Material.

Billige Preise haben immer eine bestimmte Ursache, die meistens in den schlechten, unkuranten Massen zu finden ist.

Versuchen Sie nie, solche Artikel für Ihr Lager zu kaufen, ohne sich vorher mit dem V. S. K. in Verbindung gesetzt zu haben.

Nählöhne: Sobald man bei Ihnen gekaufte Ware verarbeiten lässt, müssen Sie über die Näharbeitspreise genau orientiert sein. Lassen Sie sich diese Preise vom V. S. K. geben. Die Erfahrung hat gelehrt, dass es besser ist, diese Arbeitslöhne dem Kunden netto separat zu verrechnen. Sobald Sie Rückvergütung auf Lohnarbeit gewähren, haben Ihre Genossenschafter den Eindruck, zu teuer gekauft zu haben.

Die Bedienung: Nur unsichere Verkäuferinnen hasten beim Verkauf!

Zeige dem Kunden genügend Ware, wenn es auch im Weisswarenverkauf etwas mühsamer ist als anderswo. Jedermann wird sich von der Verkäuferin beim Weisswareneinkauf beraten lassen.

Wenn Belehrungen, dann taktvoll, aber eher beraten, zuverlässig und positiv.

Sagen Sie nie: «Ich würde das oder jenes tun».

Niemand will Ihre Neigung kennen lernen, sondern das Richtige kaufen. Ihre Warenkenntnisse müssen überzeugen.

Verschaffen Sie sich dieselben, denn nur damit können Sie erfolgreich bedienen und Ihre Verwaltung unterstützen.

Freundlichkeit und zuvorkommendes Wesen sind selbstverständliche Tugenden der Verkäuferin im Genossenschaftsladen.

Jemand, der «sich orientieren will», hat immer die Absicht zu kaufen — wenn Sie in diesem Falle überzeugend bedienen können, sind Sie in der Genossenschaft in 95 von 100 Fällen erfolgreich.

Dazu gehören beim Weisswarenverkauf immer wieder Fachkenntnisse.

Weisswaren sind immer Vertrauenssache.

Kein Laden ist leistungsfähiger in der Preisgestaltung als der Genossenschaftsladen. Unsere Grosseinkaufsstellen legen alles Gewicht auf Preis und Qualität.

Reklamationen: Sofern es sich nicht um Fehlerquellen bei der Fabrikation handelt, können wir die meisten Schäden auf unrichtige Behandlung mit modernen Wäschemitteln zurückführen.

Sagen Sie dem Kunden nie, er habe nicht richtig gewaschen — sonst können sich ungeahnte Schwierigkeiten ergeben.

Nehmen Sie jede Reklamation höflich entgegen und leiten Sie sie an den V. S. K. weiter ... eine zuverlässige Antwort wird Ihnen von dort erteilt.

Mit dieser Antwort können Sie Ihr Mitglied befriedigen.

*

Spezialtische für Küchenwäsche, fertige Bettwäsche, Tischtücher und Handtücher werden aussergewöhnlich gerne von den Frauen durchwühlt — und vergrössern Ihren Umsatz.

Immer müssen Sie aber die Neigung Ihrer Mitgliedschaft beobachten und selbst die Mühe nicht scheuen, während eines Spezialverkaufs die erforderlichen Umgruppierungen der Ware vorzunehmen.

Wie jede Warenabteilung, erfordert auch das Weisswarengeschäft äusserste Regsamkeit, Beobachtung und sorgfältigen Kundendienst.

Nur eines hat es vor allen andern Abteilungen an Vorzügen voraus: kleinste modische Risiken und rasche Nachsortimentsmöglichkeiten während des Jahres.

Ueber die Mitarbeit in den Genossenschaften

äusserte sich laut «Rundschau», Hamburg, ein Referent unter anderem wie folgt: «Selbstverständlich ist, dass man von denjenigen, die sich zur Mitarbeit in den Genossenschaften zur Verfügung stellen, auch erwarten muss, dass sie selbst eine innere Verbindung zum Genossenschaftswesen haben. Wenn Aufsichtsrat, Vorstand und Gefolgschaft nicht selbst von dem Wert und der Bedeutung der Genossenschaften überzeugt sind, werden sie auch nie andere für sie begeistern können. Das schliesst in sich, dass es sich um Männer handelt, die nicht rein materiell eingestellt sind, sondern die sich auch noch für Ideale erwärmen können. Auch müssen die Aufsichtsratsmitglieder etwas über die Geschichte des Genossenschaftswesens, über die genossenschaftlichen Organisationen, über die Entwicklung der Genossenschaften im Bilde sein.... Auch wir Genossenschaften müssen werben, wenn wir nicht nur bestehen, sondern unseren Betrieb immer leistungsfähiger gestalten und die uns im heutigen Staat übertragenen Aufgaben voll und ganz erfüllen wollen. Immer und immer wieder müssen wir daran arbeiten, unseren Mitglieder- und Kundenkreis zu erhalten und zu vergrössern, wir müssen ihn durch eine geschickte Propaganda für die genossenschaftliche Idee jeden Tag von neuem interessieren und begeistern, und haben dabei ja den grossen Vorteil für uns, dass wir uns nicht nur an den Verstand, sondern auch an das Herz wenden können; denn diese Idee ist keine äussere Form, sie ist ein inneres Erleben, eine Ueberzeugung. Wenn wir unseren Mitgliedern diese Ueberzeugung beigebracht haben, wenn sie sich bei allen Gelegenheiten zu ihrer Genossenschaft hingezogen, wenn sie sich als Mitglieder fühlen, dann werden sie immer stolz auf die bedeutungsvolle Arbeit sein, die in unseren Genossenschaften im Aufbau unserer Wirtschaft geleistet wird, sie werden uns neue Freunde und neue Anhänger zuführen, und dann haben wir das erstrebenswerte Ziel unserer Werbung erreicht.»

Sonne ist Gift für Bier.

Wir befinden uns wieder in der Zeit, in der die Wärme der Aussentemperatur und die Hitze der Sonne einen ungünstigen Einfluss auf eine Reihe von Artikeln auszuüben vermag, wenn man sie nicht rechtzeitig schützt, das heisst, sie der Wärme entzieht. Besonders kommen da Butter, Wurst und dergleichen in Betracht. Vor allem aber leidet das Bier gewaltig unter dem Einfluss der Wärme. Das Verkaufspersonal muss daher sein ganzes Augenmerk darauf richten, dass die Bierkisten nie der Sonne ausgesetzt werden, weder im Lager, noch im Laden, am allerwenigsten aber dürfen die Kisten vor dem Laden auf dem Trottoir abgeladen und der Sonne ausgesetzt werden. Die genossenschaftl. Abgabestelle, Wien.

Bewegung des Auslandes

(Z. T. Mitteilungen des I. G. B.)

Belgien. Alters- und Erholungsheim der Prévoyance sociale. Die Versicherungsgenossenschaft «La Prévoyance sociale» hat das schöne alte Schloss Fallais als ein Alters- und Erholungsheim für erwachsene und bejahrte Angestellte erworben. Das Schloss ist ein historisches Gebäude in der Nähe von Huy und datiert zurück in die Zeit des Feudalismus. Was sanitäre Einrichtungen und Bequemlichkeiten betrifft, ist es mit allen modernen Einrichtungen ausgestattet.

Frankreich. Fortschritte der französischen Grosseinkaufsgesellschaft. Umsatzsteigerung und finanzielle Festigung. Die Direktion konstatiert in dem Geschäftsbericht für das Jahr 1935, dass unter den obwaltenden Verhältnissen «die Lage der Konsumgenossenschaften am Ende des Jahres entschieden gut, und die der Grosseinkaufsgesellschaft in jeder Beziehung zufriedenstellend war». Der Grosseinkaufsgesellschaft sind jetzt 1238 Genossenschaften angeschlossen, von diesen sind im Laufe des Berichtsjahres 10 beigetreten. Die Zentrale beschäftigt 1140 Arbeitskräfte und verfügt über ein Anteilkapital von Franken 15,852,075.

Der Umsatz weist nur eine geringe Verminderung auf, von Fr. 805,672,730 in 1934 auf Fr. 761,597,181 in 1935, oder um 5,47 %. Die Grosshandelspreise für Nahrungsmittel sind im vergangenen Geschäftsjahr jedoch um 9,30 % gesunken. Der Bruttoüberschuss stellte sich auf rund Fr. 6,187,200 gegenüber Fr. 3,619,800 im Vorjahre; er wäre noch grösser gewesen, wenn nicht die Schuhabteilung immer noch von den Folgen der Desorganisation der Erzeugung und der sich ständig schärfer gestaltenden Konkurrenz zu leiden hätte. Trotz der grösseren Lieferungen übte die Preissenkung bei Wein einen derartigen Einfluss aus, dass der Umsatz dieser Abteilung um 10 Millionen Franken gesunken ist.

Eigenbetriebe. Die Produktivunternehmungen der Grosseinkaufsgesellschaft stellten Waren im Werte von Fr. 48,232,900 her im Vergleich mit Fr. 45,922,100 im Jahre 1934. Mit Ausnahme der Konservierungs- und Butterfabriken weisen sämtliche Produktivbetriebe eine Produktionssteigerung auf. Der Umsatz der Schokoladenfabrik vermehrte sich wertmässig um Fr. 1½ Million und mengengemäss um 332,816 kg auf beinahe 1½ Million kg. Die Leistungsfähigkeit der Schuhwarenfabrik stieg gegenüber dem Vorjahre um 150,770 Paar auf 269,237 Paar Schuhe und dem Werte nach um 3½ Millionen Franken auf Fr. 9,269,834. Dieses Ergebnis ist der Rationalisierung des Betriebs zuzuschreiben, die zu Beginn des vergangenen Jahres durchgeführt wurde. Die Steigerung der Schuhwarenabteilung als Ganzes (um beinahe Fr. 945,000) war das Ergebnis der Konzentrierung auf die Herstellung einer kleinen Zahl ausgewählter Typen. Die im Vorjahre entstandenen Verluste konnten um mehr als die Hälfte ausgeglichen werden.

Finanzen. Trotz der Erhöhung der Zinssätze im Jahre 1935 — die Folge der Währungsinstabilität — konnte die Gesellschaft ihre finanzielle Last um ein erhebliches erleichtern und mehrere im Jahre 1934 aufgenommene Darlehen zurückbezahlen, so dass ihre finanzielle Lage jetzt stabil ist. Zufolge des günstigen Geschäftsergebnisses im Berichtsjahre konnte sie den nicht unbedeutenden Betrag von Fr. 4,365,300 dem Fonds zuweisen, der von dem Konkordat der Genossenschaftsbank für Rückzahlungszwecke geschaffen wurde, und war ausserdem imstande, die Verzinsung des Anteilkapitals zu 5 % wieder aufzunehmen.

Grossbritannien Reserven und liquide Mittel der C. W. S. Die Reservefonds der englischen Grosseinkaufsgesellschaft, die am 11. Januar 7,879,514 Pfd. St. betrugen, stellen jetzt 10 % des vereinigten Eigen- und Fremdkapitals dar, und der Ueberschuss an liquiden Mitteln in der Warenabteilung beträgt 9,5 Millionen Pfd. St. In der in London abgehaltenen Versammlung machte Herr N. H. Cooper, einer der Bücherrevisoren der Gesellschaft, auf den Umstand aufmerksam, dass die angeschlossenen Genossenschaften sich im Jahre 1935 mit 73½ % am verfügbaren Ueberschuss beteiligten, ihr Anteil im Jahre 1935 sich aber auf 90 % stelle. Er schlug vor, dass die C. W. S., nachdem sie erhebliche Reserven in bezug auf die Warenvermitttlung aufgehäuft habe, jetzt Reserven zur Stützung ihres investierten Kapitals aufbauen sollte. Dies sei von grosser Wichtigkeit, weil 10 Shilling in jedem Pfund Sterling Spareinlagen der Mitglieder durch die C. W. S. angelegt werden. Falls ein Run auf investiertes Kapital vorkommen sollte und die Genossenschaften ihre Anlagen zu entwerteten Preisen verkaufen müssten, würden solche Reserven sich als recht nützlich erweisen.

Niederländisch-Indien. Statistik der Genossenschaften. Nach einer Mitteilung des Internationalen Arbeitsamtes bestanden Ende 1934 in Niederländisch-Indien insgesamt 249 Genossenschaften. Von diesen 249 Genossenschaften waren die überwiegende Mehrzahl, 210, Kreditgenossenschaften, 25 Konsumgenossenschaften, 6 landwirtschaftliche Genossenschaften, 3 Handwerksgenossenschaften usw. Die 25 Konsumgenossenschaften zählten 1934 1838 Mitglieder und hatten einen Umsatz von zusammen 128,888 Gulden, d. h. im Durchschnitt etwa 5000 Gulden oder Fr. 10,000.— je Genossenschaft, ein Zeichen, dass es sich um sehr kleine Gebilde handeln muss. h.

Oesterreich. Neue Seifenfabrik der GöC. In Breitensee bei Wien hat die Grosseinkaufsgesellschaft österreichischer Consumvereine ihre neue Seifenerzeugungsstätte dem Betrieb übergeben. Die Fabrik ist ein langgestrecktes Gebäude, das einmal die Semperit-Werke beherbergte. Sie hat einen grossen Lagerraum, in dem eine Unzahl Fässer und andere Behälter lagern, die die für die Seifenerzeugung notwendigen Rohstoffe enthalten. Die Fabrik ist mit den modernsten Einrichtungen ausgestattet.

Palästina. «Hamashbir» im Jahre 1935. Der Umsatz von «Hamashbir Hamerkazi», der Grosseinkaufszentrale der jüdischen Arbeitervereinigung in Palästina stieg von 198,869 Pfd. St. in 1934 auf 272,886 Pfd. St. in 1935. Der Nettoüberschuss betrug 9808 Pfd. St. gegen 7743 Pfd. St. im Vorjahre, und das eingezahlte Kapital erhöhte sich von 18,498 Pfd. St. auf 25,309 Pfd. St. Die Mitgliedschaft der Zentrale ist um 6 auf 40 und die Zahl der Genossenschafter um 993 auf 4067 gestiegen. Das eingezahlte Kapital betrug 19,500 Pfd. St. und der Umsatz 272,801 Pfd. St. Die Zahl der Verteilungsstellen der Genossenschaften weist gegenüber dem Vorjahre eine Zunahme um 15 auf 60 auf. Im vergangenen Jahr umfasste die Kundschaft 31 landwirtschaftliche Siedelungsgenossenschaften, 5 landwirtschaftliche Produktivgenossenschaften, 59 Arbeitervereine, 10 landwirtschaftliche Schulungsanstalten für Mädchen, 16 landwirtschaftliche Schulen und Versuchsstellen, 8 genossenschaftliche Restaurants und 14 gemischte Organisationen. Die Genossenschaften setzen landwirtschaftliche Bedarfsgegenstände aller Art ab, sowie Bau- und Strassenbaumaschinen, Spezereiwaren und Ausstattungsgegenstände für die Küche, und betreiben Bäckereien und Spitäler. Die Zentrale wirkt als Agentur für Firmen in England, Dänemark, den Vereinigten Staaten, der Tschechoslowakei, Belgien, Schweden (darunter die Grosseinkaufszentrale K. F.) und in Palästina für die »Shemen« Oelindustrie, m. b. H., die palästinischen Zweige der Socony Vacum Co. und Imperial Chemical Industries.

Spanien. Genossenschaftskurs in Nordspanien. In den Tagen vom 2./9. August findet in Portugalete (Nordspanien) ein Genossenschaftskurs statt, veranstaltet vom Verband und der Bank der Genossenschaften Nordspaniens. An diesem Kurs halten Vorträge Antonio Fabra Ribas, Regino Gonzalez, Juan Ventosa, Rafael Heras und Eladio Freire, also die bekanntesten Genossenschaftsführer Spaniens, ausserdem, insofern sie der an sie ergangenen Einladung Folge leisten können, von ausländischen Genossenschaftern, Henry May, Ernest Poisson und W. P. Watkins. h.

Tschechoslowakei. Zentralverband tschechischer Konsumgenossenschaften im Jahre 1935. Der Zentralverband tschechischer Konsumgenossenschaften zählte Ende 1935 insgesamt 221 Genossenschaften. Der Mitgliederbestand erfuhr eine Steigerung um 4 % und umfasst 384,840 organisierte Verbraucherfamilien, die etwa 1,400,000 Einwohner darstellen. Die soziale Schichtung der Mitgliedschaft ist wie folgt: 233,553 Mitglieder sind Arbeiter, 64,725 Angestellte und Beamte, 23,202 Gewerbetreibende, 29,703 Landwirte und 33,857 haben verschiedene Berufe. Der Durchschnittsumsatz je Mitglied stieg von Kc. 2020 auf Kc. 2070 und der Gesamtumsatz der Konsumgenossenschaften um Kc. 52 Millionen auf Kc. 817 Millionen oder um 6,84 % im Vergleich mit dem Vorjahre.

Aus unserer Bewegung

Aus unseren Verbandsvereinen.

Thun-Steffisburg weist für die ersten neun Monate seines laufenden Rechnungsjahres gegenüber der entsprechenden Zeitspanne des vorhergehenden Rechnungsjahres eine Zunahme um Fr. 58,761.25 auf Fr. 2,073,232.20 auf. Erhöht hat sich der Umsatz um Fr. 70,103.40 in den Warenläden, dagegen ist er zurückgegangen um Fr. 11,342.15 in den Spezialläden. **Uster** verzeichnet für das erste Halbjahr einen Rückgang um Franken 394.32 auf Fr. 377,282.91, dagegen für den Monat Juni allein eine Steigerung um Fr. 697.48 auf Fr. 64,757.57. **Degersheim** erzielte in dem am 30. Juni zu Ende gegangenen Rechnungsjahr 1935/36 einen Mehrumsatz von rund Fr. 3250.— im Hauptladen und Fr. 400.— in der Filiale.

Vevey veröffentlicht seinen Umsatz in Kaffee. Danach verkaufte es 1935 71,644 Pakete Röstkaffee und 5796 Pakete koffeinfreien Kaffee Satox zu je 250 Gramm gegenüber 61,944 bezw. 5000 Paketen 1934. Also ein ganz hübscher Erfolg auf diesem Teilgebiet!

Der Grundsatz des Verkaufes nur reiner und unverfälschter Waren, den sich die Konsumgenossenschaften auf die Fahne schrieben, mag heute vielfach als deplaziert erscheinen, da zugegebenermassen — wenn auch gewiss nicht ohne gesetzliche Einwirkung — die Zustände in dieser Beziehung im allgemeinen nicht irgendwie Bedenken erregend sind. Dass er es dagegen früher bestimmt nicht war, geht aus einer Reminiszenz des A. C. V. beider **Basel** aus dem Jahre 1881 hervor. Danach waren von den neun Milchhändlern, die sich damals für die neugegründete Molkerei der Genossenschaft meldeten, nur zwei nicht schon wegen Milchpantscherei bestraft gewesen.

Am 13. Juli waren 30 Jahre verflossen seit dem Tage, da der Lebensmittelverein **Zürich** seine Bäckerei in Betrieb nehmen konnte. Aus diesem Anlass veröffentlicht er einen längeren Aufsatz über die Gründung und seitherige Entwicklung dieses bedeutsamen Produktivunternehmens und gibt damit auch ein ganz interessantes Kapitel Zeitgeschichte. Gleichzeitig offeriert er seinen Mitgliedern einen «Gratis-Gugelhopf».

Die Frauenkommission des Consumvereins **Chur** gibt eine statistische Uebersicht über das Ergebnis der von ihr veranstalteten sieben Nähnachmittage. Danach wurden insgesamt 81 Kleidungsstücke verschiedener Art für Kinder angefertigt. Die Frauenkommission der Siedelungsgenossenschaft **Freidorf** gelangt von neuem an die Bevölkerung des Freidorfs mit der Bitte um eine gründliche «Entrümpelung» zum Zwecke einer kollektiven Warenabgabe an bedürftige Genossenschafter. Die Frauenkommission **Rüti-Tann** rüstet schon für den nächsten Winter, indem sie die Genossenschafterinnen auffordert, sich zu einem Strickkurs zu melden, der bereits Ende August beginnen soll. Schliesslich bietet die Frauenkommission der Konsumgenossenschaft **Worb** den Interessenten am Hauptsitz und in den Filialgemeinden durch insgesamt sechs Vorführungen die Möglichkeit, sich in die Kunst des Sterilisierens einführen zu lassen.

Nun ist wieder die Hochsaison der Konsumreisen nach Pratteln-Freidorf-Basel. **Schüpfen** führt seine Mitglieder am 1. August mit Autocars, **Erstfeld** am 3. August — hier ist Veranstalter die Frauenkommission —, **Solothurn** einen zweiten Schub — die erste Reise wurde schon im Vorjahr unternommen — am 15. August in die Verbandsbetriebe und was damit zusammenhängt. **Kulm** anderseits veranstaltet am 9. August eine Jubiläumsreise — die Genossenschaft wurde 1911 gegründet —, die die Teilnehmer bis auf den Oberalppass führen wird.

Der Gewerbeverband Uri kann sich immer noch nicht über die sichtbaren Erfolge des Allgemeinen Konsumvereins **Erstfeld** und Urner Oberland beruhigen. Neuerdings veröffentlicht er «Ein offenes Wort an das Urnervolk!» Die Genossenschaft antwortet darauf unter dem treffenden Stichwort «Die schlechten Früchte sind es nicht, woran die Wespen nagen!». Da die Erstfelder Genossenschafter Polemiken nicht scheuen, sondern sich frischfröhlich in den ihnen aufgezwungenen Kampf stürzen, sind wir ob des Endergebnisses nicht bange. Schliesslich, um auch noch ein Zitat zu wagen, «Es bildet sich ein Charakter in dem Strom der Welt». h.

Gränichen. (Mitg.) Herr Gottlieb Schmid, 25 Jahre Verwalter. Am 1. Juli 1936 konnte Herr Gottlieb Schmid, Verwalter, auf eine 25jährige Tätigkeit im Konsumverein Gränichen zurückblicken. Der Jubilar gehört dem Verein seit der Gründung im Jahr 1904 an und war eine Zeitlang dessen Präsident. Am 1. Juli 1911 übernahm er den Verwalterposten, zu einer Zeit und unter Bedingungen, da mancher die Flinte ins Korn geworfen hätte. Es war ein Kampf gegen wechselnde Krisen aller Art, die sich anfänglich einstellten, und es war oft nicht leicht, die richtige Lösung zur Beschaffung der nötigen Mittel zu finden, um die kommenden grossen Betriebserweiterungen durchzuführen. Zur Ueberwindung aller Schwierigkeiten musste ein gewaltiges Arbeitspensum geleistet werden, und an unbeugsamem Willen zur Erreichung des gesteckten Zieles durfte es nie fehlen. Die vollbrachten Leistungen waren denn auch nicht umsonst. Eine rapide Aufwärtsentwicklung war die schöne Folge; daran hat der Jubilar einen ganz besonderen Anteil, und wir sind ihm dafür zu grossem Dank verpflichtet.

Der Jahresumsatz stieg bis heute auf Fr. 687,000.—, die Rückvergütung auf Fr. 47,000.— jährlich. Dem allgemeinen Warengeschäft wurde 1920 eine eigene Bäckerei angegliedert, welche heute pro Jahr 245,000 kg Grossbrot und 130,000 Stück Kleingebäckwaren produziert. 13 Jahre später folgte die Metzgerei, die 1933 dem eigenen Betrieb übergeben wurde und jetzt einen Jahresumsatz von Fr. 135,000.— aufweist. — Beide Produktionsbetriebe funktionieren zur besten Zufriedenheit und stehen leistungsfähig da. Daneben bestehen auch wohltätige Institutionen für die Vereinsmitglieder.

Diese wenigen Zahlen mögen zeigen, was bei einem richtig geleiteten genossenschaftlichen Zusammenschluss alles geleistet werden kann. Das Resultat ist zweifellos erheblich, wenn man die Höhe der Umsätze mit der Grösse der rund 3000 Bewohner zählenden Dorfgemeinde vergleicht.

Der Vorstand hat Herrn G. Schmid für seine 25jährige, überaus gewissenhafte und pflichtgetreue Tätigkeit den besten Dank ausgesprochen und ihm bei diesem Anlass eine Gabe verabreicht. Möge es Herrn Schmid vergönnt sein, noch während vielen Jahren seine wertvollen Dienste in bester Gesundheit dem Konsumverein Gränichen und der Genossenschaftsbewegung überhaupt zur Verfügung zu stellen.

Verwaltungskommission

1. Am 18. Juni 1936 richteten wir an die Vorstände unserer Verbandsvereine ein Zirkular betreffend den von der Konsumgenossenschaft Niedergerlafingen an die diesjährige Delegiertenversammlung in Luzern eingereichten Antrag bezüglich Gründung einer selbständigen Treuhandgesellschaft. Wir ersuchten die Verbandsvereine um Beantwortung dieses Fragebogens bis Ende Juni 1936.

Von verschiedenen Vereinen ist uns nun der Wunsch geäussert worden, die Frist der Beantwortung noch hinauszuschieben. Auch wurde der Auffassung Ausdruck gegeben, dass die ganze Sache an den kommenden Herbstkreiskonferenzen behandelt werde.

Die Verwaltungskommission hat beschlossen, diesen Wünschen zu entsprechen und deshalb den Antrag der K. G. Niedergerlafingen als Traktandum des V. S. K. auf die Traktandenliste der diesjährigen Herbstkreiskonferenzen zu setzen.

2. Der Kreisverband X des V. S. K. teilt mit, dass er die diesjährige Herbstkreiskonferenz auf den 4. Oktober 1936 in Biasca festgesetzt hat.

3. Dem Allg. Konsumverein Oberhofen-Münchwilen (Thurgau) ist zu seinem 25-jährigen Bestehen am 11. Juli 1936 ein Gratulationsschreiben zugestellt worden.

4. Dem Genossenschaftlichen Seminar (Stiftung von Bernhard Jaeggi) sind überwiesen worden:

Fr. 200.— von der Konsumgenossenschaft Schüpfen,
» 100.— von der Konsumgenossenschaft Welschenrohr,
» 100.— von der Konsumgenossenschaft Lyss,
» 100.— vom Konsumverein Wartau in Azmoos,
» 50.— von der Société coop. de consommation St-Maurice,
» 68.— ein Schiedsrichterhonorar.

Diese Zuwendungen werden anmit bestens verdankt.

Bibliographie

Atlantis, Juli 1936. Wir haben schon häufig Gelegenheit gehabt, auf die Schönheit und vortreffliche Durchgestaltung der Monatsschrift «Atlantis» hinzuweisen. Der Reiz dieser Zeitschrift beruht auf der Fülle fast unübertrefflich anmutender Bildbeigaben aus all den Gebieten, die mit dem Untertitel: «Länder — Völker — Reisen» nur andeutend umschrieben sind. Nun erscheint soeben das Juliheft als Berlin-Sondernummer und, was kaum denkbar schien, es übertrifft noch die bisherigen Hefte an Schönheit und Reichhaltigkeit. Denn neben den gewohnten einfarbigen Abbildungen auf Kunstdrucktafeln und in Kupfertiefdruck finden wir darin eine erhebliche Anzahl von vielfarbigen Wiedergaben alter Bilder und Stiche. Ein Aufsatz über den Berliner Lustgarten gibt eine reizvolle Schilderung der Entwicklung dieses Platzes von der Zeit, als er noch als kurfürstlicher Küchengarten Verwendung fand, bis zu seiner heutigen Gestalt. Ein Bildbericht «Berliner Meister» gibt auf 17 Tiefdrucktafeln einen umfassenden Eindruck von den Berliner Kunstdenkmälern, die als typische Zeugen des «preussischen Stils» das Gesicht der «Kunststadt Berlin» prägen. Aber wo von Berlin die Rede ist, da darf der Berliner Humor nicht fehlen, und so sind auch eine ganze Anzahl Berliner Anekdoten und Witze mit aufgenommen, denen, ein besonderer Reiz, die farbgetreuen Wiedergaben alter illustrierender Stiche beigegeben wurden.

Eingelaufene Schriften.

MacDonald, J. Ramsay: Unsere Politik. Berlin, 1924. 184 S.

Malche, Albert: Vie de Pestalozzi. Lausanne, 1927. 253 S. und 9 Abbildungen.

Man, Henri de: Au delà du Marxisme. Bruxelles, 1927. 434 S.

Mathis, Eugène: Die wahre Fratze des Bolschewismus. Wie das russische Volk lebt, leidet, terrorisiert und vernichtet wird. Metz, 1931. 373 S.

Meyhoffer, Paul: Enquête sur la Presse et la vie publique en Suisse romande. 1935. 31 S.

Milhaud, Edgard: Nouveau Travail — Nouveaux Débouchés. Un projet d'action immédiate contre le chômage et contre la crise. Paris, 1933. 217 S.

— Trêve de l'Or et Clearing International. Paris, 1933. 162 S.

— La Coopération dans l'ordre international. Paris, 1925. 30 S.

— Une Idée en marche. La Compensation organisée. Paris, 1935. 322 S.

Minoterie coopérative des sociétés suisses de consommation (M. S. K.), Zurich: Rapport et comptes de 1935. 23 S.

Minoterie Coopérative du Léman, Rivaz. Rapport pour 1935. 4 S.

Mises, Ludwig: Die Gemeinwirtschaft. Jena, 1922. 511 S.

Mühlengenossenschaft schweiz. Konsumvereine (M. S. K.), Zürich: Bericht und Rechnung über das Jahr 1935. Basel, 1936. 23 S.

Müller, Dr. Hans: Der Verband schweiz. Konsumvereine. Basel, 1897. 18 S.

Musat, Pierre: De Marx à Hitler. Paris, 1933. 142 S.

Naine, Charles: Sa Pensée socialiste. 2 volumes. La Chaux-de-Fonds, 1928. 322 und 329 S.

NOWEG, Nordwestschweizerische Verwertungsgenossenschaft für Eier und Geflügel. Bericht für 1935. 20 S.

Oechslin, Dr. phil. h. c. Max: Die Markgenossenschaften und die Alpen im Gotthardgebiet. Langnau i. E., 1935. 68 S.

Pareto, Vilfredo: Traité de Sociologie générale. Lausanne, 1919. Volume I et II. 1835 S.

Petit, Paul: Les Industries de l'Alimentation. Paris, 1919. 247 S.

Philippovich, Dr. Eugen von: Grundriss der Politischen Oekonomie. Erster und zweiter Band. Tübingen, 1919. 622 und 418 und 469 S.

Pirou, Gaëtan: Doctrines sociales et Science économique. Paris, 1929. 204 S.

Prache, Gaston: Une réponse aux attaques dirigées contre les Sociétés coopératives de consommation. Paris. 30 S.

Précy, V.: La Rente foncière. Paris, 1930. 105 S.

Prudhommeaux, J.: Le Centre européen de la Dotation Carnegie pour la Paix internationale. 1911—1921. Paris, 1921. 107 S.

Raynaud, Barthélemy: La Vie économique internationale. Paris, 1926. 491 S.

Rennefahrt, Dr.: Schweizerisches Obligationenrecht mit leichtverständlichen Anmerkungen und vielen praktischen Beispielen, unter Berücksichtigung der neuesten bundesgerichtlichen Rechtsprechung. Zürich 1919. 561 S.

Schärer, Carl: Wie verkauft man Weisswaren und Wäscheaussteuern? Wegleitung und Ratschläge für das Verkaufspersonal der Spezialabteilungen. Herausgegeben von der Arbeitsgemeinschaft der Konsumgenossenschaften des V. S. K. mit Spezialläden. 1936. 28 S.

Schollenberger, Dr. J.: Das Schweizerische öffentliche Recht. Ein politischer Führer durch die Schweiz. Hannover, 1909. 273 S.

Schweizerische Bankgesellschaft: Bericht 1935. 38 S.

Schweizerische Genossenschaft für Gemüsebau (S. G. G.), Kerzers: Bericht 1935. 52 S.

Schweizerische Kreditanstalt: Bericht 1935. 36 S.

Schweizerische Nationalbank: Bericht 1935. 85 S.

Schweizerische Volksfürsorge, Volksversicherung auf Gegenseitigkeit, Basel: Bericht 1935. 20 S.

Schweizerischer Bankverein: Bericht 1935. Basel, 31 S.

Scottish Co-operative Wholesale Society Ltd.: Balance-Sheet for Half-year ended 9th November 1935. 42 S.

Section de Liége de la C. P. E. S.: Enfant — Coopération — Ecole. Etude socio-pédagogique. Coopératives scolaires. 1935. 114 S.

Simiand, François: Le Salaire, L'Evolution sociale et la Monnaie. Essai de théorie expérimentale du salaire — Introduction et Etude globale — Tome II. Paris, 1932. 620 S.

— Le Salaire, L'Evolution sociale et la Monnaie. Essai de théorie expérimentale du Salaire — Introduction et Etude globale — Tome III. Paris, 1932. 196 S. und 3 Tabellen.

Simmel, Georg: Soziologie. Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung. Leipzig, 1908. 782 S.

Soutar, Eliane: Le Système de Gand. Essai sur les Sociétés anonymes ouvrières de Belgique. Lille, 1935. 293 S.

Striegel: Die für Baden gültigen Vorschriften der Mietzinsbildung (mit Mietzinssteuer), Mieterschutz und Mieteinigungsämter sowie Massnahmen gegen Wohnungsmangel nach dem Stand vom 1. Januar 1925. Freiburg i. Br. 94 S.

Ströbel, Heinrich: Die Sozialisierung, ihre Wege und Voraussetzungen. Berlin, 1921. 236 S.

Arbeitsmarkt

Angebot.

20jähriger Welschschweizer, der eine dreijährige kaufmännische Lehre absolvierte und 1 Jahr Bureaupraxis im Hotelfach hat, sucht Stelle in Konsumgenossenschaft, um sich in der deutschen Sprache zu vervollkommnen. Bescheidene Ansprüche. Offerten erbeten unter Chiffre T. S. 120 an den V. S. K., Basel 2.

Nachfrage.

Konsumgenossenschaft der Zentralschweiz, mit einem Umsatz von Fr. 1,300,000.—, sucht per sofort oder später versierten, kautionsfähigen, jungen Mann als **Buchhalter-Kassier.** Bewerber, welche schon in ähnlichen Stellungen tätig waren, erhalten den Vorzug. Offerten unter Angabe des Gehaltsanspruches und des Bildungsganges sind einzureichen unter Chiffre K. G. 2100 an den V. S. K., Basel 2.

In Basel speisen Genossenschafter in den alkoholfreien Restaurants des Allgemeinen Consumvereins beider Basel. Menus von 1.70 an. Reichhaltige Speisekarte. / Gemütliche Aufenthaltsräume.

POMERANZE *und* **ST. CLARA**

Steinenvorstadt 24 / Hammerstrasse 68